

UNIVERSITI SAINS MALAYSIA

Peperiksaan Semester Kedua  
Sidang 1994/95

April 1995

**YUP 402/4 - Periklanan Peringkat Maju**

Masa: [3 jam]

---

Jawab **TIGA** (3) soalan.

1. Bincangkan unsur-unsur yang terdapat strategi periklanan dan kenapa ia diperlukan.  
  
(100 markah)
- 2 (a) Mengapakah fungsi perancangan media dikatakan sebagai penghubung antara pemasaran dan strategi kreatif periklanan?  
  
(b) Apakah faktor-faktor media yang perlu diambil kira dalam membuat perancangan media periklanan yang berkesan?  
  
(100 markah)
3. Penulisan kopi (copy writing) yang berkesan harus mencapai lima objektif. Bincangkan objek-objek tersebut berdasarkan contoh-contoh yang sesuai.  
  
(100 markah)
4. Apakah yang anda faham dengan konsep 'positioning'? Senaraikan strategi 'positioning' yang dicadangkan oleh David A. Aakers dan John G. Myers (1986) dalam buku Advertising Management serta berikan langkah-langkah mengatasi masalah 'positioning'.  
  
(100 markah)

...2/-

5. Kunci kepada strategi periklanan ialah keupayaan menukarkan ciri-ciri produk kepada faedah pengguna. Di bawah ialah ciri-ciri yang terdapat pada kereta Nasional ketiga, Proton Proga. Tukarkan ciri-ciri tersebut supaya menjadi kenyataan faedah pengguna.
- a. Sistem brek berkomputer yang dapat mengesan tekanan pedal yang tepat untuk setiap jenis permukaan jalan.
  - b. Sistem penyaman udara yang senyap dan menyamankan suhu dalam kereta secara automatik.
  - c. Tempat duduk pemandu bermemori yang akan menyesuaikan ketinggian tempat duduk, jarak dari pedal dan 'steering wheel' bagi setiap pemandu secara automatik.

Cadangkan tajuk utama dan "body copy" iklan cetak berdasarkan ciri-ciri kereta Proton Proga itu.

(100 markah)

-oooOooo-